

**AKTIVITAS PERSONAL SELLING PRODUK INDIHOME**

**(STUDI PADA PT. TELKOM WITEL SEMARANG)**

**Tugas Akhir**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Diploma III**

**Program Studi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Zainur Rosikhin**

**NIM : 14030112060100**

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**SEMARANG**

**2017**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Aktivitas Personal Selling Produk Indihome (Studi Pada PT. Telkom  
Witel Semarang)  
Nama Penyusun : Zainur Rosikhin  
NIM : 14030112060100  
Program Studi : D III Hubungan Masyarakat

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III

Semarang, 11 Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si  
NIP. 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

### Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, M.Si ( ..... )

### Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si ( ..... )

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Zainur Rosikhin
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030112060100
3. Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 2 November 1994
4. Jurusan / Program Studi : D-3/Hubungan Masyarakat
5. Alamat : Jl Kauman 2 No. 20 RT 02 RW 01 Bintoro Demak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

**Aktivitas Personal Selling Produk Indihome  
(Studi Pada PT Telkom Witel Semarang)**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang sayatulisituterbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan. Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 11 Agustus

2017

PembuatPernyataan;

**Zainur Rosikhin**

NIM. 14030112060100

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia serta kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “AKTIVITAS PERSONAL SELLING PRODUK INDIHOME (STUDI PADA PT TELKOM WITEL SEMARANG)”. Tugas Akhir ini menjadi sebuah awal untuk langkah-langkah kedepan penulis.

IndiHome merupakan produk yang dibuat berdasarkan strategi produk *bundling* yang telah banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan, dimana produk tidak dijual dalam bentuk tunggal, melainkan dengan cara *bundling* atau dijadikan satu paket dengan produk lain sejenis yang biasanya merupakan produk komplemen. Hambatan yang dialami dalam penjualan produk IndiHome ini adalah masih banyaknya konsumen yang membandingkan dari segi harga competitor lain dan juga kekhawatiran orang tua akan dampak negative internet untuk anak-anaknya. Tugas akhir ini bertujuan mendiskripsikan aktivitas *personal selling* produk IndiHome PT. Telkom Witel Semarang. Metode penelitian yang diambil adalah deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari wawancara mendalam kepada 5 *sales force* dan 2 supervisor

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan tentu saja belum sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang penulis miliki, oleh karena itu kritik dan saran sangat dibutuhkan dalam proses perbaikan. Akhir

kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi semua pembaca laporan ini pada umumnya.

Semarang, 11 Agustus 2017

Penulis,

Zainur Rosikhin  
NIM. 14030112060100

## UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Sunarto.M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin penelitian dan penyusunan tugas akhir.
2. Bapak Agus Naryoso, S.Sos, M.Si selaku Kaprodi Humas yang selalu memebrikan saran dalam perkuliahan sampai tugas akhir.
3. Bapak Dr. Adi Nugroho, M.Si, selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan, saran dan arahan-arahan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Ibu Dra. Hj. Sri Widowati Herieningsih, MS, selaku dosen pembimbing pengerjaan tugas akhir ini yang telah sabar membimbing dan dengan baik memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian tugas akhir ini
5. Bapak Nanang Setyo Utomo selaku manajer *Home Service* PT. Telkom Witel yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada PT. Telkom Witel Semarang.
6. Bapak Kasiban dan Ibu Maharani serta segenap sales force yang telah membantu penulis demi kelancaran pengumpulan data dan penelitian di PT. Telkom Witel Semarang
7. Dengan tulus penulis ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Ayah, Ibu tercinta dan Kakakku tersayang yang senantiasa memberikan doa

restu, dorongan semangat, bantuan moral dan sumber dana utama selama masa kuliah ini.

8. Rekan-rekan geng seperjuangan yang sudah pada lulus duluan maupun yang belum Hubungan Masyarakat angkatan 2012, Nadhif, Edo, Faisal, Novian, Ony, Ardian, Firman, Arga, Yayang, Vino, Andika, dan teman-teman yang lain banyak cerita seru bersama kalian
9. Sahabat-sahabat saya yang ada di Demak, Sinyo, Agung, Agus. Huda, Ken dan banyak lagi teman-teman yang belum bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan kalian.
10. Buat seseorang yang sangat spesial Aulia Apriliani Akhadun yang telah memberi semangat, motivasi, dukungan serta menemani dalam pembuatan tugas akhir ini. Thankyou very much. I proud of you and I Love You..
11. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, terimakasih atas semua supportnya.

Dengan segala keterbatasan kemampuan serta kekurangan dalam pengetahuan yang penulis miliki, penulis sangatlah menyadari bahwa tugas akhir ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik perbaikan yang sifatnya membangun dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya pada bidang yang sama.

**All the possible is possible**  
**For those who believe!**



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	vi
MOTTO .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Kerangka Konsep .....	10
1.6 <i>Personal Selling</i> .....	12
1.7 Definisi Konseptual .....	15
1.8 Metode Penelitian .....	17
1.8.1 Jenis Data .....	17
1.8.2 Sumber Data .....	17
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data .....	18
1.8.4 Analisis Data .....	18
BAB II HASIL PENELITIAN .....	20
2.1 Pemilihan dan assessment prospek .....	20
2.2 Pengumpulan informasi dan penetapan tujuan kunjungan .....	24
2.3 Pendekatan .....	26
2.4 Presentasi .....	29
2.5 Mengatasi pertanyaan dari calon pelanggan .....	31
2.6 <i>Closing</i> .....	33

2.7 <i>Follow Up</i> .....	35
BAB III PEMBAHASAN.....	37
3.1 Aktivitas <i>Personal Selling</i> Produk Indihome di PT. Telkom Witel Semarang	37
3.1.1 Pemilihandaan assessment prospek.....	37
3.1.2 Pengumpulan informasi dan penetapan tujuan kunjungan .....	38
3.1.3 Pendekatan .....	40
3.1.4 Presentasi .....	41
3.1.5 Mengatasi pertanyaan dari calon pelanggan .....	42
3.1.6 <i>Closing</i> .....	43
3.1.7 <i>Follow Up</i> .....	45
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Grafik Volume Penjualan IndiHome di PT. Telkom Witel Semarang Tahun 2016.....	4
--	---

**JUDUL : AKTIVITAS PERSONAL SELLING PRODUK INDIHOME  
(STUDI PADA PT TELKOM WITEL SEMARANG )**

**NAMA : ZAINUR ROSIKHIN**

**NIM : 14030112060100**

---

### **ABSTRAK**

PT. Telkom Witel menggunakan strategi pemasaran *personal selling* dengan memakai jasa tenaga penjual (PT. Telkom menggunakan istilah *sales force* dalam menyebut tenaga penjual) untuk memasarkan produk, Permasalahan yang terjadi pada penjualan Indihome PT. Telkom di Semarang adalah karena *sales force* dinilai tidak berhasil menyampaikan informasi secara lengkap dan jelas dalam melakukan *personal selling* terhadap konsumen. Tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data untuk penelitian deskriptif kualitatif dilakukan melalui metode wawancara mendalam oleh penulis terhadap objek penelitian yaitu aktivitas *personal selling sales force* Indihome di Semarang dapat sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.

Dalam pemilihan dan assessment prospek, IndiHome melakukan survey dahulu di tempat-tempat yang kira-kira akan dilakukan pemasaran produk dengan cara melihat ODP (*optic distribution point*) yang ada di daerah tersebut. Pengumpulan informasi dan penetapan tujuan kunjungan dilakukan dari beberapa sumber. Sumber pertama adalah dari warga yang mencari informasi tentang produk IndiHome melalui stand IndiHome. Metode pendekatan yang dilakukan PT. Telkom Witel kepada calon pelanggan yaitu dengan cara *door-to-door* dan *stand* penjualan. Aktivitas presentasi adalah dimana *sales force* melakukan pengenalan produk IndiHome yang akan ditawarkan kepada konsumen dilakukan oleh *sales force* PT. Telkom Witel dengan cara menjelaskan produk yang ditawarkan beserta promo dan diskon yang ada. Dalam aktivitas mengatasi pertanyaan dari calon pelanggan, *sales force* IndiHome harus paham dan dapat menjelaskan kepada calon pelanggan tentang benefit menggunakan IndiHome dibandingkan menggunakan produk lain. Pada langkah *closing* tenaga penjual mengkonfirmasi kembali atau menegaskan kembali persetujuan pembelian dan tenaga penjual juga menawarkan promo khusus untuk penjualannya. Aktivitas *follow up* pelanggan itu dibagi menjadi dua yaitu sebelum deal dan sesudah deal. *Personal selling* yang dilaksanakan PT. Telkom Witel Semarang sudah menggunakan aktivitas *personal selling* yaitu pemilihan dan assessment prospek, pengumpulan informasi dan penetapan tujuan kunjungan, pendekatan, presentasi, mengatasi pertanyaan dari calon pelanggan, *closing* dan *follow up*. PT. Telkom Witel Semarang diharapkan lebih meluaskan target daerah-daerah yang akan disurvei, yaitu dengan cara menambah titik ODP (*Optic Distribution Point*) pada daerah-daerah terpencil.

**Kata kunci:** *Personal selling, IndiHome, Sales force*

**TITLE : PERSONAL ACTIVITIES SELLING INDIHOME PRODUCTS  
(STUDY ON PT TELKOM WITEL SEMARANG)**

**NAME : ZAINUR ROSIKHIN**

**NIM : 14030112060100**

---

### **ABSTRACT**

PT. Telkom Witel uses personal selling strategy by using the services of salespeople (PT Telkom uses the term sales force in calling the salesperson) to market the product, The problems that occur in the sale Indihome PT. Telkom in Semarang is because the sales force is considered unsuccessful to convey complete and clear information in doing personal selling to consumers. This type of research is descriptive qualitative. Data collection for qualitative descriptive research is done through the method of in-depth interview by the author of the research object of personal selling activity Indihome sales force in Semarang can be in accordance with the real situation.

In the selection and assessment of prospects, IndiHome conducts a survey in places where approximately will be done product marketing by looking at ODP (optic distribution point) in the area. Information gathering and goal setting of visits is done from several sources. The first source is from residents who are looking for information about IndiHome products through IndiHome stands. Approach method conducted by PT. Telkom Witel to prospective customers by way of door-to-door and sales stand. Presentation activity is where the sales force make an introduction IndiHome products that will be offered to consumers conducted by the sales force PT. Telkom Witel by way of explaining the products offered along with the promos and discounts available. In dealing with questions from potential customers, IndiHome's sales force must understand and be able to explain to potential customers about the benefits of using IndiHome instead of using other products. At the closing step the salesperson reconfirmed or reaffirmed the purchase agreement and the salesperson also offered a special promo for the sale. The follow-up activity of the customer is divided into two ie before the deal and after the deal.

Personal selling conducted by PT. Telkom Witel Semarang already uses personal selling activities such as selection and assessment of prospects, information collection and goal setting of visits, approaches, presentations, overcoming questions from prospective customers, closing and follow up. PT. Telkom Witel Semarang is expected to expand the target area of the area to be surveyed, that is by increasing the point of ODP (Optic Distribution Point) in remote areas.

**Keywords: Personal selling, IndiHome, Sales force**